

TER5  
2308

**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**CARRERA: PUBLICIDAD**



**MATERIAL: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**  
**TITULAR: PROFESOR JUAN BAUTISTA GONZALEZ SABORIDO**  
**DEL SALVADOR**

**ALUMNA: LUISA INES MENDOZA**  
**TEMA DE LA TESINA: LA PROBLEMÁTICA DEL NIÑO COMO**  
**CONSUMIDOR.**

**MES Y AÑO JULIO 1999**

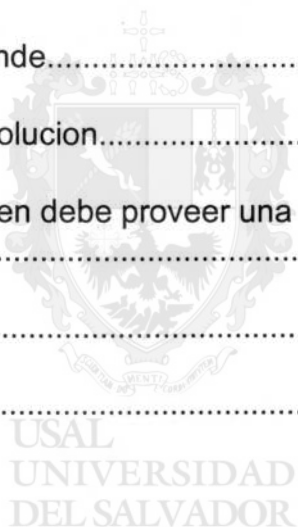
## **INDICE GENERAL**

Introduccion.....	5
Problema.Objetivos.....	9
Metodologia de la Investigacion.....	12
Capitulo 1 "Vision del Marketing de los niños como clientes"	
1.1 Una perspectiva Historica.....	14
1.2 Evolucion de los niños como consumidores.....	18
1.3 El rol del comerciante.....	24
1.4 Los niños como un mercado multidimensional.....	25
Capitulo 2 "Una explicacion sociologica"	
2.1 Organizacion Familiar.....	28
2.2 La Familia. Decisiones y consumo.....	32
2.3 Motivos que explican la influencia de los niños.....	38
Capitulo 3 "Una vision psicologica"	
3.1 El autoconcepto. Los productos como reflejo de uno mismo.....	43
3.2 Componentes del autoconcepto.....	45
3.3 Congruencia entre el yo y el producto.....	46

3.4 El yo ampliado.....	48
3.5 Consumo : expresion del autoconcepto.....	49
3.6 Productos que definen al yo: eres lo que consumes....	50
3.7 Desarrollo cognoscitivo.....	53

#### Capitulo 4 "Conclusiones"

4.1 El marketing se defiende.....	57
4.2 La educacion como solucion.....	61
4.3 La vida familiar tambien debe proveer una solucion...	64
Bibliografia.....	67
Apendice.....	68
Entrevistas personales.....	69



## **AGRADECIMIENTOS**

*Al motor principal que inspiró este tema, mi hija Agustina, que a pesar de sus 18 meses ha impulsado mi vida de una manera especial.*

*A mi madre que sin su fuerza, su coraje y su ánimo no hubiese tomado nunca la decisión de escribir esta tesina.*

*A mis compañeros de trabajo que no han dejado de alentarme ni de ayudarme en esta difícil y complicada tarea de estudiar, ser madre y trabajar.*

*Y por supuesto para mis queridas amigas de la Facultad.*

*A mis profesores, que sin sus horas de dedicada docencia, no hubiesen podido florecer todas mis ideas.*

*En definitiva, y no por esto menos importante: A Dios, quien me esta otorgando todos los días una segunda oportunidad.*

**TEMA:**

*En la acelerada competencia por ganar consumidores o mejor dicho personas "adictas" a nuestros productos, no nos detenemos a pensar en nada, ni siquiera la inocencia de los niños a los cuales embestimos sin cesar para que sean los futuros portadores de nuestras marcas.*

*Las empresas han desatado una guerra para ser las primeras en las mentes de los niños, ya que ellos son más manipulables que los adultos, han decidido diferenciarse a costa de agregar más valor a los premios que ofrecían, han sacado de su "galera mágica" productos que hace unos años nunca hubiéramos imaginado para nuestros hijos.*

*Pero no han tomado en cuenta que en esa guerra era fácil entrar, si se era el primero, pero así también era fácil salir, ya que la pérdida de valor que se obtiene al adquirir el bien deseado, debe ser rápidamente suplida por otro producto y esa tasa de cambio en los niños es mucho más alta que en los adultos.*

*En el futuro la sociedad deberá tomar más en cuenta esta especie de invasión que se está dando en cada hogar, en cada familia y como las empresas comerciales embisten, la mente de los niños preparándolas como futuras máquinas para que sólo repitan y elijan sus marcas, sin tomar en cuenta su libertad, su modo de ser, o su poder de decisión.*

*La persona como ser creado, inteligente y libre parece no existir para los anunciantes, sólo se lo toma como una caja en la cual se deberá introducir una marca y tratar de dejarlo allí.*

*En el futuro se deberá respetar la intimidad de cada ser humano y no tomar como batalla, el simple hecho de elegir entre una y otra cosa, volver al principio de respeto hacia las personas.*

### **¿POR QUÉ ESTE TEMA?**

*Me interesó este tema desde que soy madre por primera vez, al ver el mercado de productos para niños tan superpoblado, teniendo en cuenta que de todo ese sin número de productos, dos o tres llegarían a ser elegidos por cada madre, y al ir creciendo nuestros hijos ver como dejaban de ser los niños sin poder de elección a la famosa frase "compra tal cosa..." el vernos invadidos por los medios y las empresas comerciales, es como para ponerse a ver donde se ponen los límites en esta gran batalla.*

*Además, como publicista considero que esta es una hermosa manera de llegar a la gente y no de invadirla y sofocarla con nuestros anuncios. Creo que debemos considerar primero a la persona como tal, respetarla y teniendo bien claro esto al realizar nuestra tarea.*

*Además en una época tan convulsionada creo que alguien*

*debe detenerse y pensar en aquél que está recibiendo todo esto y comprobar que no les está dando "su" lugar.*

*Y por último, en todos estos años de facultad entre teología y antropología he aprendido que ante todo esta el ser humano como tal y luego la tarea que uno realiza.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR